

倉敷市プレミアム付商品券事業の実施結果について（概要）

平成28年3月15日

倉敷市商工課

市内における消費喚起を図り、経済活性化につなげることを目的に、市が発行した倉敷市プレミアム付商品券の販売・使用実績、アンケート集約結果及び効果分析は以下のとおりです。

1. 商品券の発行・販売・使用（換金）の状況

- (1) 発行冊数 : 総計 170,000冊
「暮らし応援20」(1,000円券×12枚)=130,000冊 ※プレミアム率20%
「くらしき創生30」(1,000円券×13枚)=40,000冊 ※プレミアム率30%
- (2) 販売価格 : 10,000円/冊
- (3) 発行総額 : 20億8千万円（プレミアム分3億8千万円を含む）
- (4) 販売対象 : 倉敷市民
- (5) 使用期間 : 平成27年7月29日（水）から12月31日（木）まで

区分	人数	冊数	額面金額(千円)	備考
発行総数（A）	---	170,000冊	2,080,000	
(内訳)暮らし応援20	---	130,000冊	1,560,000	
(内訳)くらしき創生30	---	40,000冊	520,000	
購入申込数	136,335	525,270冊	---	
抽選結果(当選数)	71,630	170,000冊	2,080,000	
販売実績（B）	---	---	2,080,000	販売率 100.0%
使用(換金)実績(C)	---	---	2,075,073	利用率 99.8%(C/B)

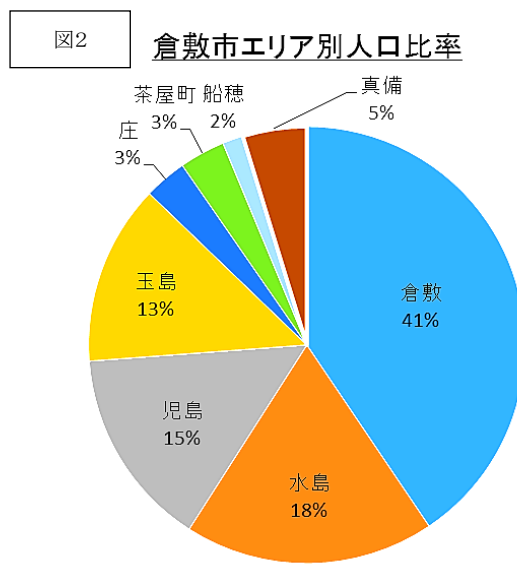
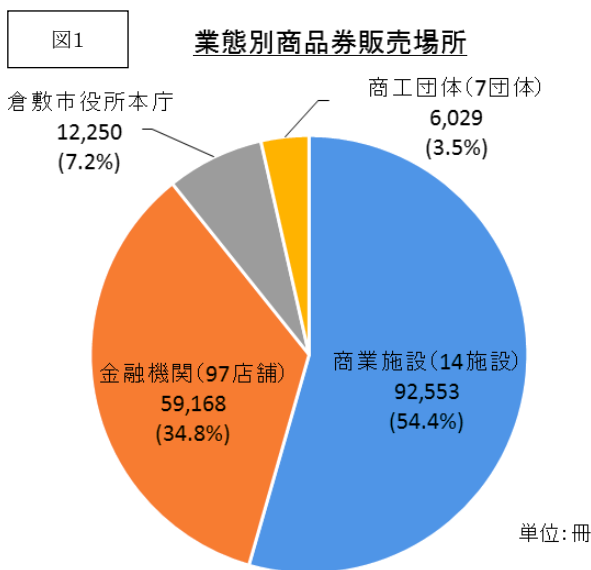
<参考>事業スキーム



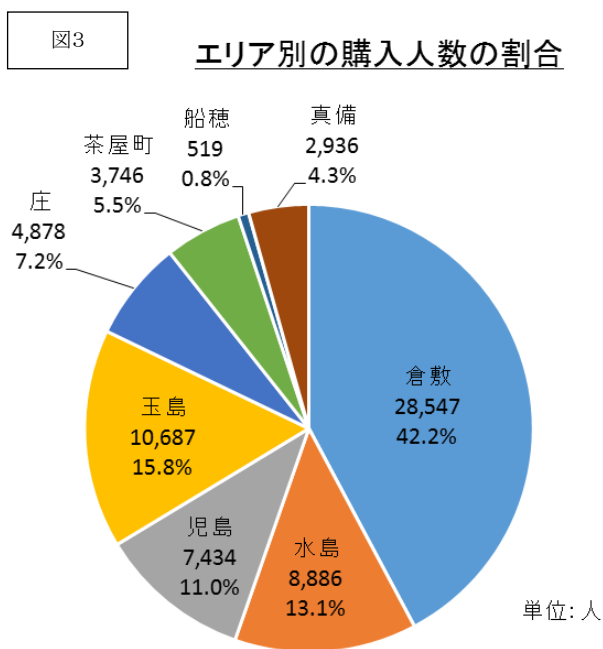
<参考>商品券の応募・購入について

全ての居住エリアにおいて購入の利便性を確保するため、市内の金融機関を中心に計119か所の販売所を設置。土・日曜日や夕方以降でも購入できるように、市内のスーパーマーケットやショッピングセンター等の商業施設でも販売したところ、購入比率が最も高くなった。(図1)

先着順ではなく、事前申し込み制とし、応募多数の場合は抽選としたこともあり、購入者は倉敷市支所別の人口比率(図2)とほぼ同様で、居住エリアによる大きな差異は生じなかった。(図3)



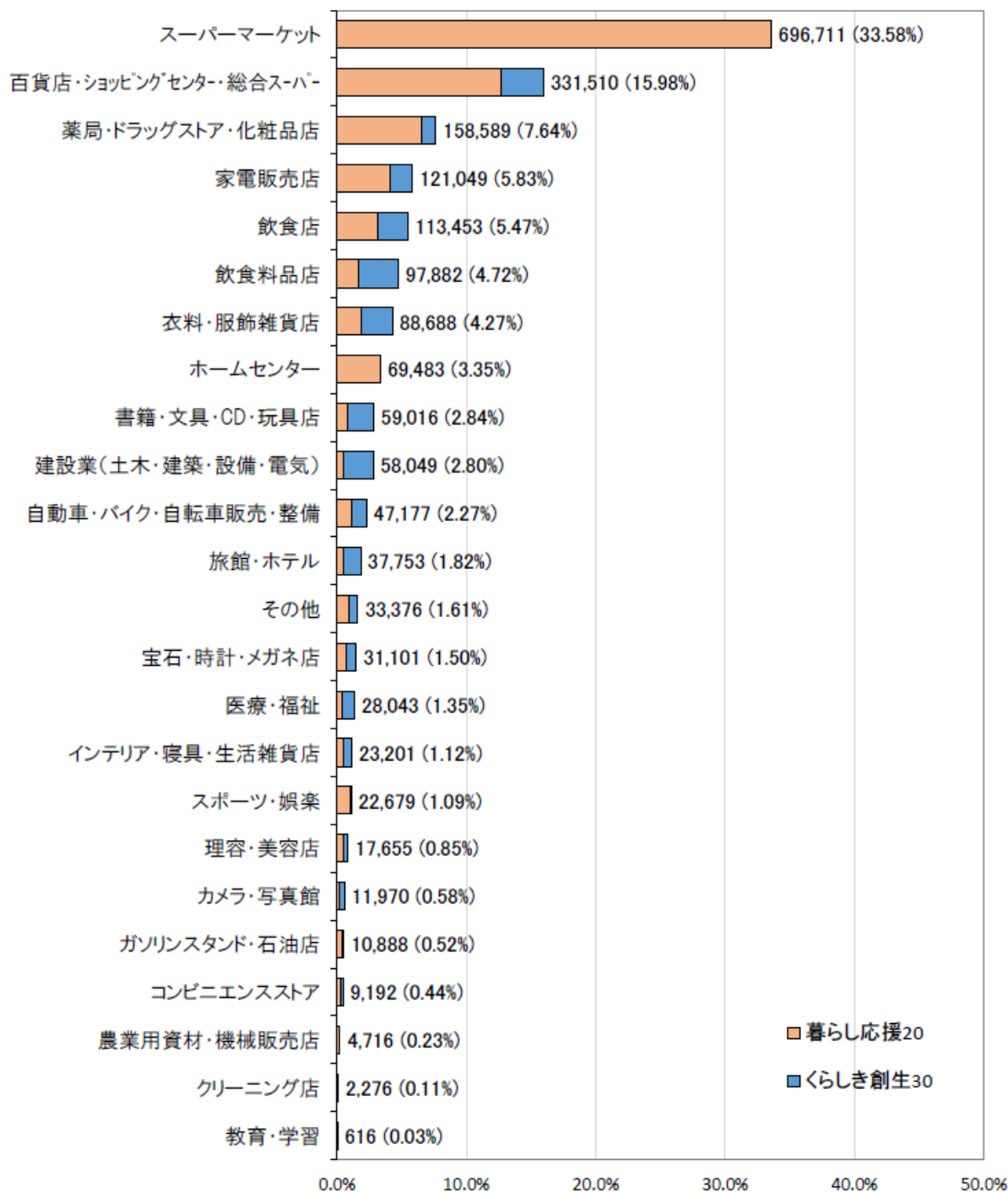
※人口比率は平成27年7月度の倉敷市支所別人口を使用



2. 商品券の使用状況

消費喚起を目的として、市内の幅広い商品やサービスに使用できる「暮らし応援20」（発行額：15.6億円）は、スーパーマーケットや総合スーパー、ドラッグストアなど、日用品や食料品を取り扱う商業施設等で多く使用された。

また、商店街や特産品販売店など、本市の特色を生かした地方創生につながる商品やサービスを対象とした「くらしき創生30」（発行額：5.2億円）は、商店街や住宅関連店、子育て用品店（一部大型店のテナントを含む）、地域の特産品を取り扱う店舗などで多く使用されており、商店街、地域の個人事業主等へ消費誘導効果が一定程度認められる。

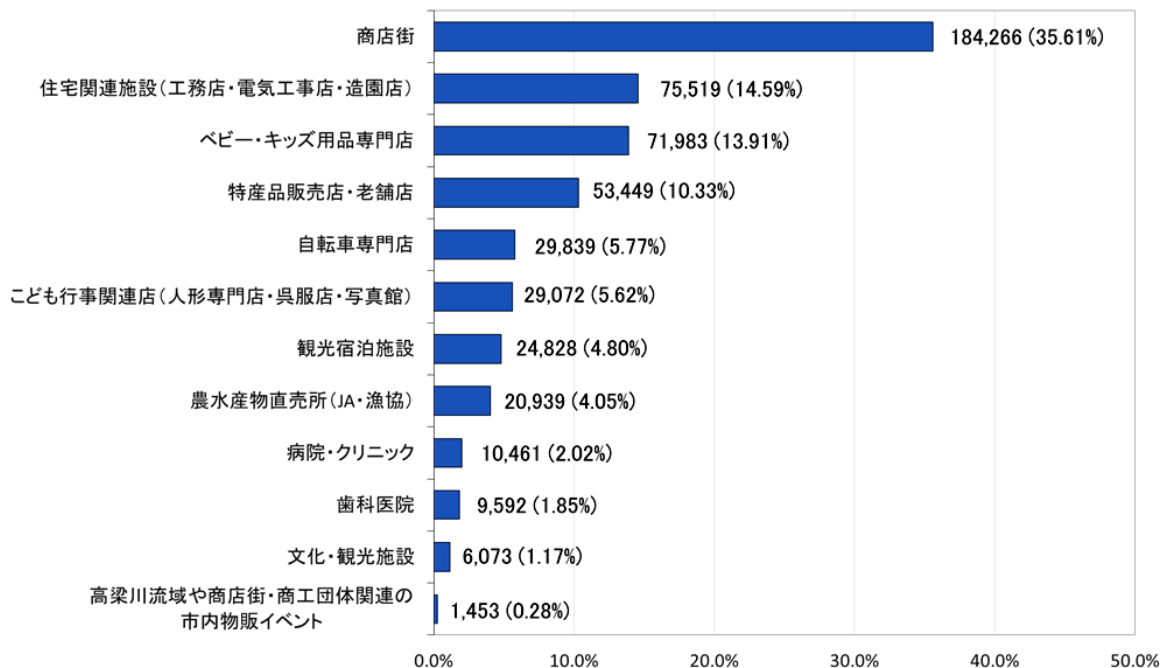


「くらしき創生30」のカテゴリー別で見ると、商店街や住宅関連店、子育て用品の専門店（大型店のテナント含む）、地域の特産品を取り扱う店舗など、市が力を入れる地域産業や子育て分野等での消費が目立った。

「くらしき創生30」カテゴリー別 商品券使用状況（換金ベース）

【総換金額】 517,474(千円)

(単位:千円)

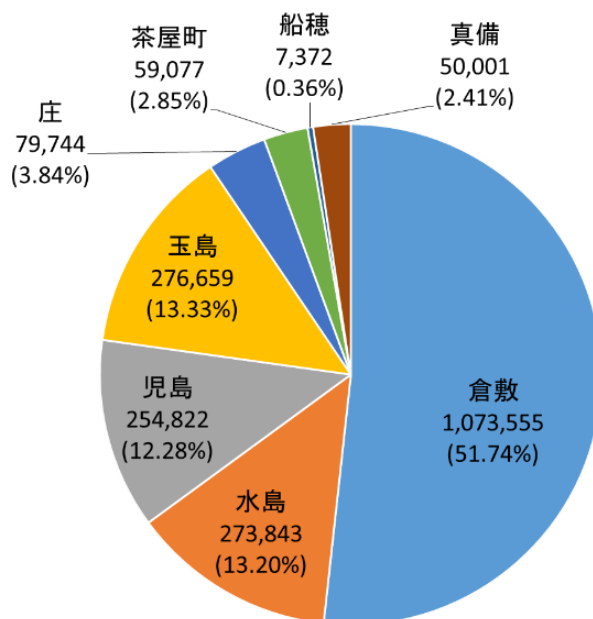


使用先としては、大型商業施設が集積している倉敷エリアの比率が高いが、概ね全域で使用されたことが伺える。

商品券使用エリア<換金ベース>

【総換金額】 2,075,073(千円)

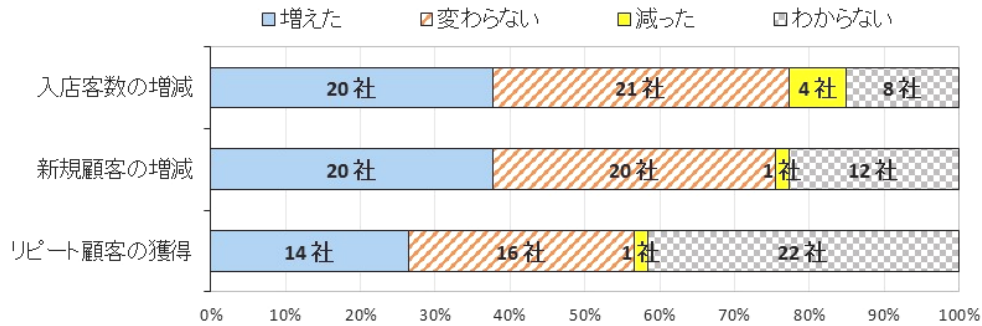
(単位:千円)



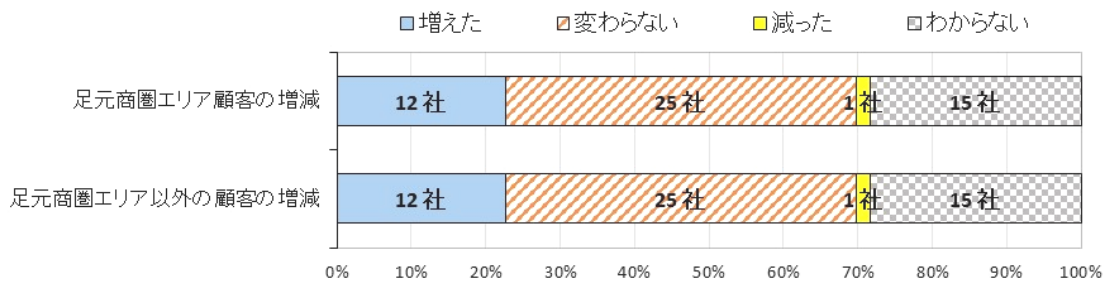
3. 登録店訪問調査

調査対象53社（各業種・カテゴリーで換金実績が上位の登録店）の顧客動向に関する回答は、以下のとおり。

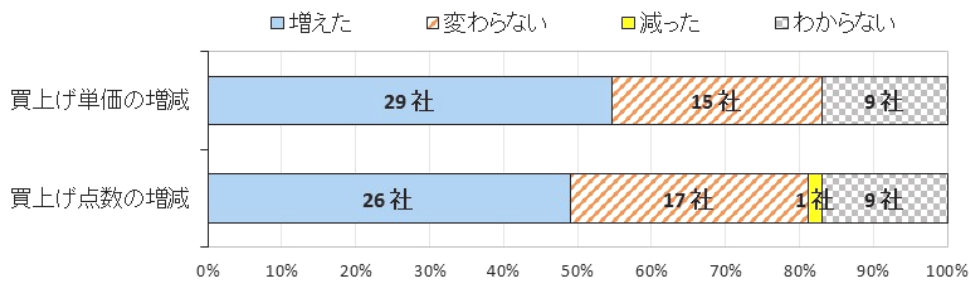
商品券影響による顧客動向1 (n=53)



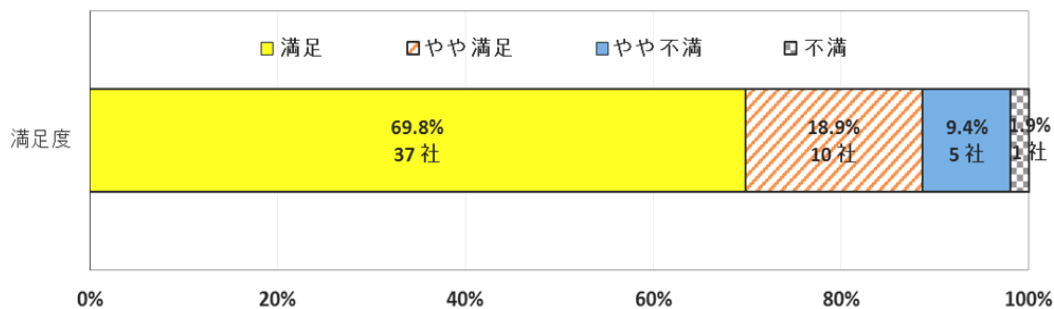
商品券影響による顧客動向2 (n=53)



商品券影響による顧客動向3 (n=53)



商品券事業全体に対する満足度 (n=53)



4. 消費者アンケート調査結果（概要）

商品券を購入した市民を調査対象とし、回収数7,376名（郵送：5,672名／インターネット：1,704名）のうち有効回答数1,036名（郵送：705名／インターネット：331名）の調査結果をまとめた。

購入した商品のうち、1万円程度以上の高額品についてたずねたところ、家電製品や自転車、衣類・寝具、時計・メガネが多く、具体的な商品・サービスではエアコン、掃除機に加え、子供用自転車、ランドセルや七五三の写真撮影など、子供関連品、白桃などの地域特産品がよく見られた。

【サンプル数 1,036名】

全体集計(家族構成別)										
回答数(個数) /金額(千円)		① 普段の買い物を商品券で購入 (商品券で購入)		② 商品券の入手がきっかけと なった商品・サービスの購入 (商品券での購入)		③ 商品券での購入合計 (①+②)		④ 商品券での支払いに合わせ 追加支出した現金等 (商品券以外での購入)		⑤ 消費喚起 想定額 (②+④)
	世帯主/人数	回答数	金額合計	回答数	金額合計	総サンプル数	金額合計	回答数	金額合計	金額合計
独身	男	12	240	8	180	19	420	7	79	259
	女	38	855	16	255	45	1,110	10	148	403
家族	2人	235	6,490	79	1,600	252	8,090	59	840	2,440
	3人	235	7,910	81	2,299	256	10,209	61	3,155	5,454
	4人	308	11,038	103	2,262	320	13,300	68	910	3,172
	5人	97	3,636	47	1,373	105	5,009	28	640	2,013
	6人以上	31	1,341	14	348	39	1,689	13	508	856
合計		956	31,510	348	8,317	1,036	39,827	246	6,280	14,597

※有効回答：各回答項目にもれなく記入し、かつ商品券購入額＝使用額のサンプル。

5. 消費喚起効果額試算

使用者アンケートの結果を基に、プレミアム付商品券事業における商品券使用者の消費総額を推計したところ、全体で約24億228万円という結果になった。

また、全体の消費喚起効果額（推計）としては、商品券の入手がきっかけで買物をした商品券使用額（B）と、あわせて追加支出した現金（C）の合計額約7億6,054万円（プレミアム相当額3.8億円の約2倍）という結果になった。

商品券使途分類	使用実績換算(千円)
	(使用実績 2,075,073 千円)
A: 商品券の入手に関係ない普段の消費(商品券)	1,641,739
B: 商品券の入手がきっかけの消費(商品券)	433,334
C: 追加支出(現金)	327,202
D: 最終消費額(A+B+C)	2,402,275
E: うち商品券支払い(A+B)	2,075,073
F: うち普段以外の消費(B+C)	760,536

※使用実績換算は、Dに対するそれぞれの比率に応じて、使用(換金)実績から算出。